Top of Form

*Nom de l’entreprise :*

La ferme aux recettes

*Date:*

27/09/2021

Business Model Canvas

Bottom of Form

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Partenaires clés*  Qui sont vos partenaires clés ?  Qui sont vos fournisseurs clés ?  Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ?  Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?  Partenaires : cuisiniers, investisseurs, fournisseurs, école hôtelière, caviste, maître brasseur, fromager, maraicher, boucher.  Fournisseurs : Producteurs locaux, autres producteurs dans le monde (de qualité), caviste, maître brasseur, fromager, maraicher, boucher.  Des produits alimentaires, des ressources financières, des services.  Des produits frais, locaux et de qualité. | *Activités clés*  Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l’offre ? (logistique, marketing, production…)  Quel lien avec les canaux de distribution ?  Quel lien avec la relation client ?  Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?  Dév et maintenance plateforme, management, marketing, paiments.  Des livraisons rapides (faible distance), de confiance (car impossible de savoir de quels produits on va être livré une semaine à l’avance).  De proximité (plusieurs abonnements), de fidélité (carte).  Local, une zone de stockage, le mobilier (une cuisine participative, caisses, mobilier de rangement, chambre froide, frigo, écran télé, pancarte, chariot), le stock, publicité, assurance, eau, électricité, impôt, loyer, employé, site internet, salon pour manger.  Vente spontanée  , abonnement, aide financière de l’état, investisseur, soirées à thème, cours de cuisine. | *Offre (proposition de valeur)*  Quelle proposition de valeur pour les clients ?  Quelles solutions concrètes l’offre apporte-t-elle aux clients ?  Quelles solutions l’offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ?  Quelle réponse l’offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?  Cours de cuisine, vente de produits, utilisation d’une cuisine participative, plats à préparer, soirée à thème.  Mieux se nourrir, apprendre à cuisiner, à découvrir des aliments., des vins et autres produits  Les étudiants : éviter la « malbouffe » et créer de la convivialité  Ménages actifs : Découvertes d’aliments, apprendre à cuisiner rapidement mais de qualité le tout de manière très conviviale.  Salariés des entreprises du centre-ville : manger rapidement le midi à plusieurs, très conviviale  Se faire à manger le midi, faire ses courses, diversité gustative. | | *Relation client*  Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l’entreprise ?  Lister les types de relations client.  Comment la relation client s’intègre-t-elle au reste du modèle économique ?  Quel en est le coût ?  Convivialité, bonne humeur, libre-service sur le site, site internet.  Proposition d’un abonnement pour la cuisine participative (première leçon offerte).  Réduction sur la location de la salle.  Local, cuisine participative (four, plaques de cuisson…) Caisses, mobilier de rangement, chambre froide, décoration salons de tailles différentes ajustable, écrans télé, chariot, stock, publicité, assurance, facture eau électricité, impôt, site internet, salaires, nettoyage, ligne mobile, transport, | *Segments de clientèle*  Quels sont les segments de clientèle cibles ?  Pour qui crée-t-on de la valeur ?  Les étudiants, les ménages actifs, les salariés des entreprises du centre-ville, caviste, maître brasseur, fromager, maraicher, boucher. |
| *Ressources clés*  Quelles ressources clés la production de l’offre requiert-elle ?  Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?   * Produits, employés, plongeur, cuisinier…   Camion (livraison) « sous-traitance », le site internet. | *Canaux de distribution*  A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?  Comment les différents canaux s’intègrent-ils ?  Quel est le canal privilégié ?  Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?   * Vente sur place |
| *Structure des coûts*  Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ?  Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?  Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?   * Le local, le stock. * Cuisine participative, eau, électricité * Salaire, transport. | | | *Sources de revenus*  Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?  Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?  Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?   * Pour des produits frais et de qualité, un peu plus chère que pour de l’industriel * Abonnement, vente spontanée, cours de cuisine, Evènementielle * L’abonnement à un faible impact dans les revenus (sert à fidéliser), la vente spontané, les cours de cuisine et l’évènementielle sont nos plus importantes sources de revenus. | | |

Top of Form